



.tw 台灣網域名稱市場認知調查

I. 研究架構



II. [問卷] 網域名稱註冊人



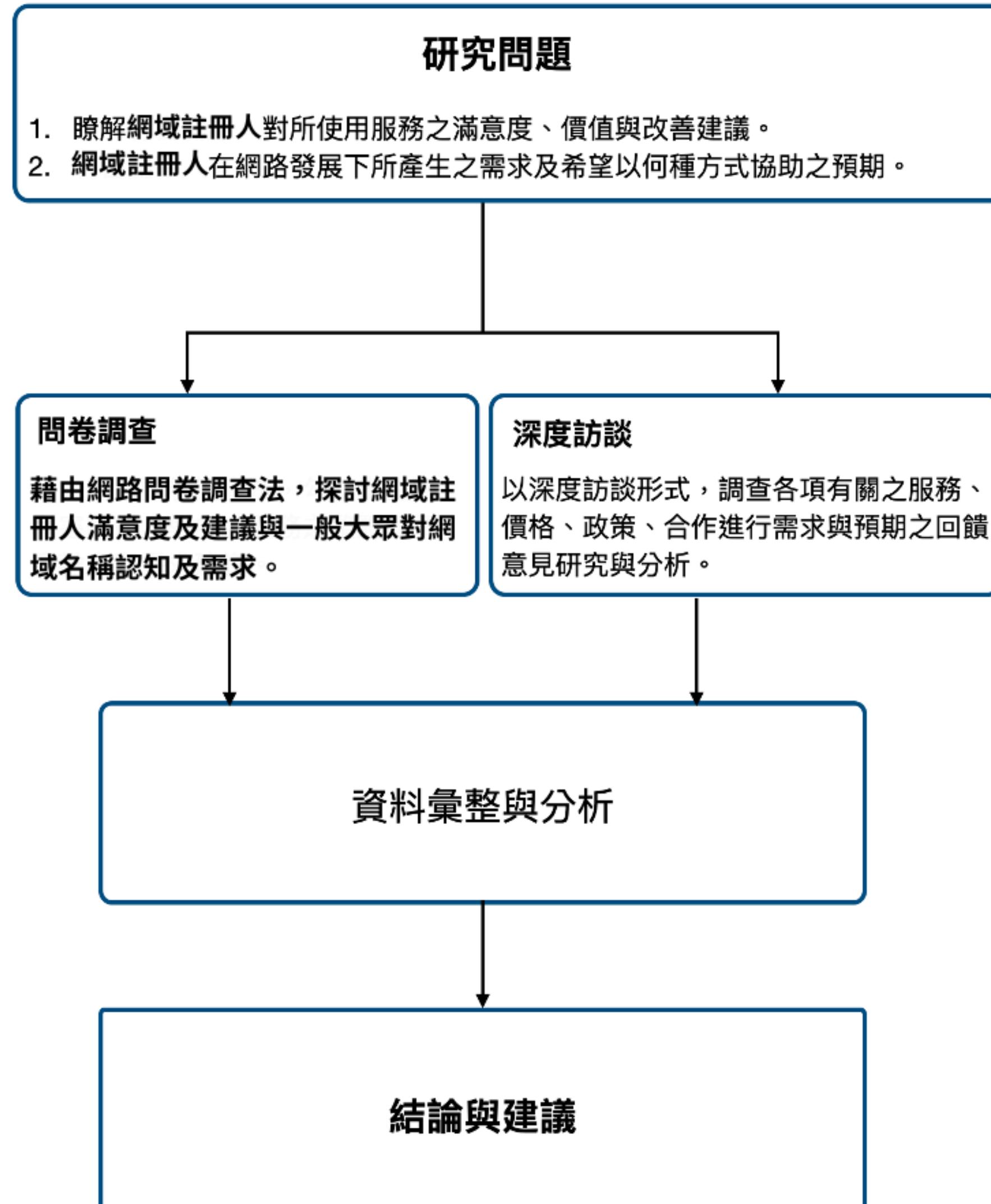
III. [訪談重點] 網域名稱註冊人

IV. [問卷] 一般民眾

V. [訪談重點] 一般民眾

VI. 重點發現

I. 研究架構



調查對象	清整後份數
網域名稱註冊人	900
一般網路使用民眾	1,504

受訪者類型	訪談人數	訪談方式
一般	5	線上訪談
個人 (自行申請網域名稱供部落格、個人網站使用)	5	線上訪談
企業 / 公司內部 (負責公司官網或專案網站)	5	線上訪談

II. 網域名稱註冊人 問卷調查

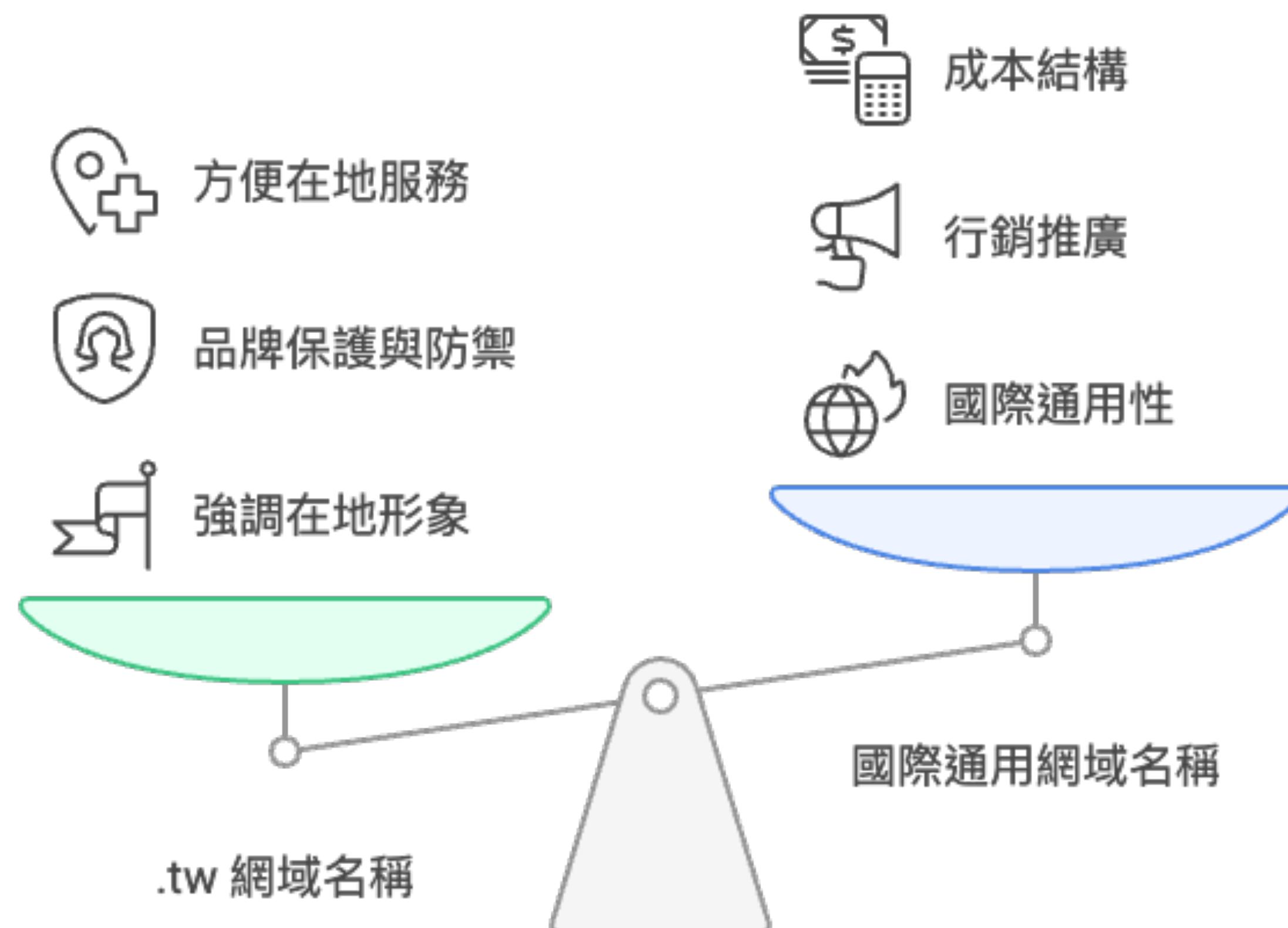
A. 基本資料與使用背景

本次調查結果顯示，69.4% 受訪者為企業或公司內部人員，負責管理或使用網域名稱；24.6% 為個人註冊人，用於部落格、個人網站等用途；另有 5.7% 為組織、非營利機構或社群代表。此身份分布與 TWNIC 有效註冊人清冊的統計結果（公司 / 組織佔 76.2%，個人佔 23.8%）高度一致，顯示本次樣本具良好代表性。

檢視註冊時間區間，根據有效填答樣本之 email 回查註冊紀錄，依註冊年份分為四組：2001 年以前、2002–2011 年、2012–2021 年、2022–2025 年，各區間樣本占比分別為 26.6%、19.1%、24.3%、30.0%。相較於清冊統計（11%、24%、44%、22%），雖有部分差異，主因為 2010–2017 年間曾實施教育單位免費註冊網域政策，導致該期間註冊數量顯著提升，但後續多數帳號因畢業或停用轉為非活躍，實際參與調查的有效樣本比例因而較低。

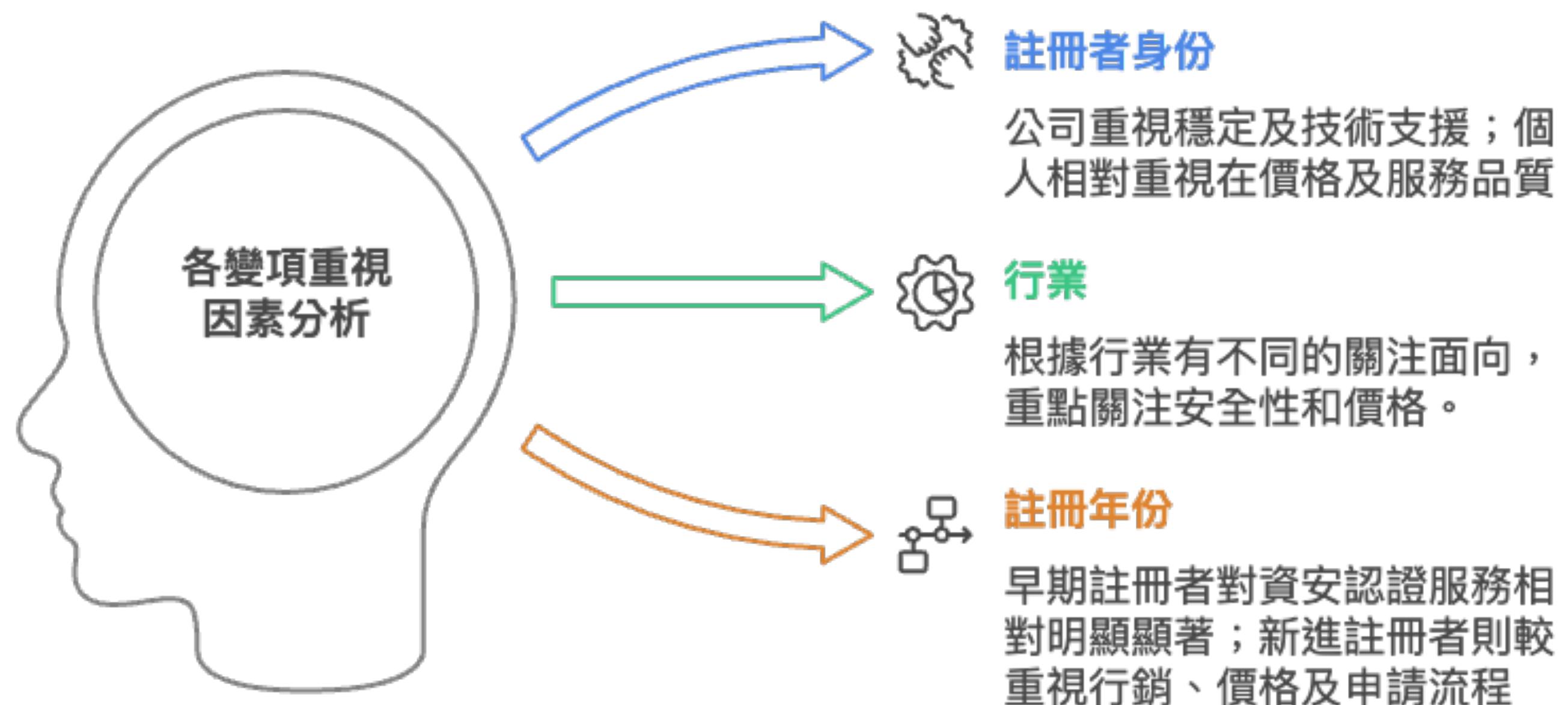
整體而言，樣本在「註冊人類型」與「註冊年份分布」兩項核心指標皆具合理代表性，搭配母體清冊發送方式，本次調查可視為具高度代表性的準普查結果，具備作為整體網域名稱註冊人樣貌推估之參考價值。

E1. 域名使用與 .tw/.台灣 經驗



E2. 域名後綴應用及發展

本次調查顯示，網域名稱註冊人對於「域名後綴」的觀感與應用呈現多元態度，整體約有七成受訪者認同網域名稱後綴會影響訪客對網站的安全感，其中近五成認為影響程度很重要，且若未來 .tw 網域名稱能提供更完整的資安檢測與防護，超過四成的受訪者表示將大幅提升使用意願，顯示資安需求已成為網域選擇的重要考量



E4. 對中文網域 (IDN) 的想像

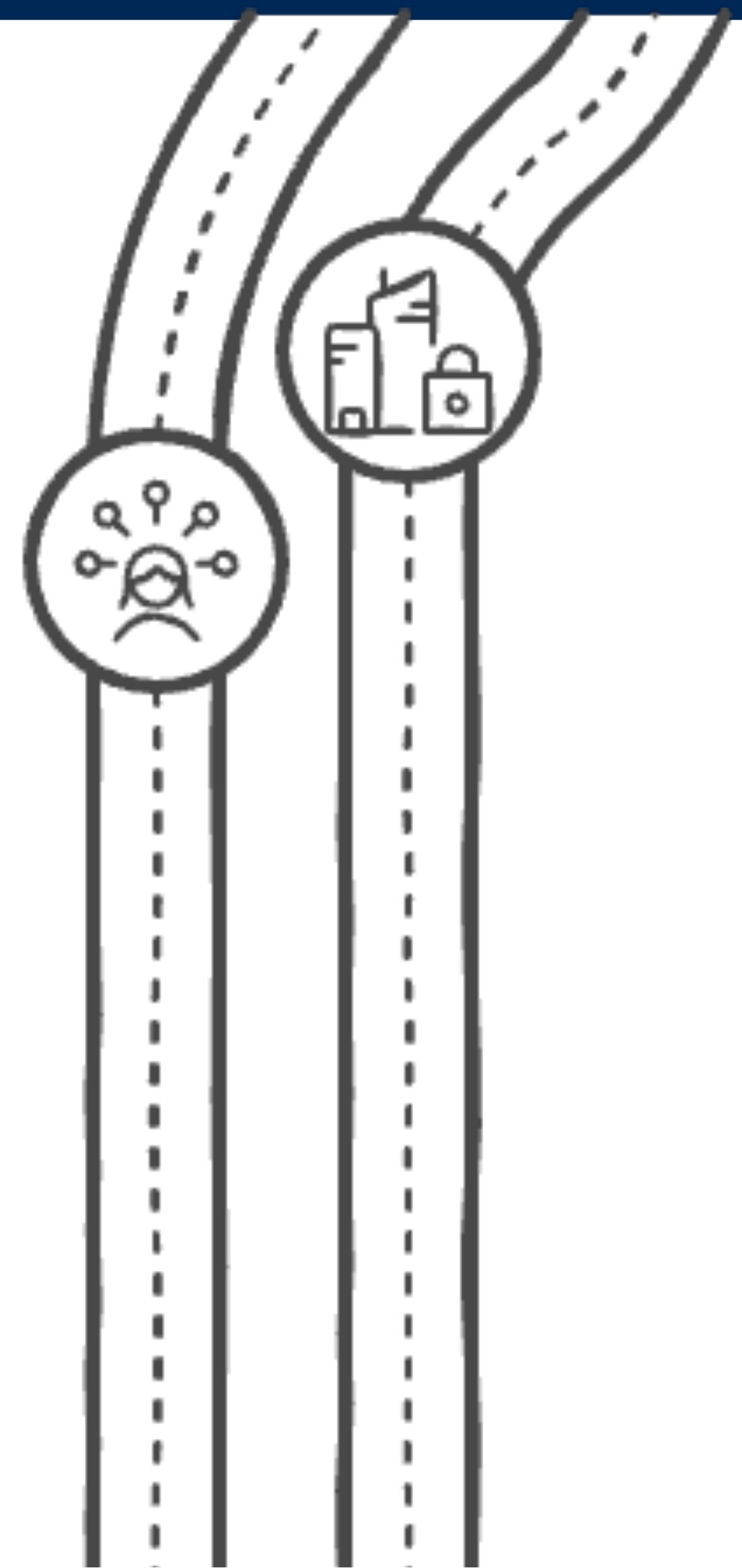
本次調查結果顯示，中文網域名稱在註冊人中的使用率與市場認知度仍有提升空間，目前約有四成受訪者表示正在使用中文網域，另有近半數從未擁有，可知整體市場尚未普及；多數受訪者肯定中文網域的在地行銷價值，認為有助於強化品牌本土形象與方便中文使用者記憶。然而，實際應用上，受訪者普遍對中文網域的潛在困擾感受明確，特別是外國客群無法輸入、技術相容性不足與 SEO 排名不確定性等問題，成為限制其普及的重要因素。

仔細觀察可發現，受訪者對申請誘因與改善方向的期待，主要集中於申請流程便利性與價格優惠，分別有四成與過半受訪者表示若改善將提升使用意願，而對於中文網域名稱的應用場域認知亦具明確趨勢，主要聚焦在地行銷需求，如餐飲、文創等特定產業用途與政府公部門等情境，反映市場對此網域實際操作層面與應用效益的期待。

III. 網域名稱註冊人訪談

● 個人域名註冊者

較自由、更在意初期價格與特色，有時嘗試新後綴（.tw / .io 等）。對於「.tw」的好感來自在地認同、輸入簡短與首年優惠，但若後續費用過高或缺乏附加價值，易放棄或搬家。



● 公司域名註冊者

看重長期穩定、資安合規與對客戶的信任度。若選用「.tw」，多是為強化台灣品牌形象，但對受理註冊機構、客服與自動化流程要求更高，期盼官方檢驗與補助，以減少繁瑣手續並提供高品質服務。

IV. 一般民眾問卷調查

A1. 受訪者網路使用狀況與背景 & A2. 「網頁 / 手機」上網行為

在使用習慣上，不論透過電腦或手機，多數民眾往往依賴搜尋或連結進入網站，主動輸入完整網址的比例僅約8%，顯示搜尋功能已成為主要的上網模式。進一步分析發現，女性在使用習慣上較男性傾向於「偶爾輸入網址、通常用搜尋或連結」（女性65.2%、男性58.1%），男性則有較高比例「幾乎不輸入網址，直接用書籤 / 收藏」或「習慣手動輸入網址」，顯示男性整體行為較分散。

若同時考量對網址後綴的重視程度，可以看出越在意後綴的民眾(20.4%) 越傾向於主動輸入網址或透過搜尋確認來源，展現較高的資訊辨識意識；反之，對網址後綴不在意者，則更仰賴平台工具或推薦連結，對網站來源的辨識與安全性考量相對薄弱。

使用「手機 / 平板」上網或瀏覽網站

偶爾輸入，通常用搜尋或連結



偶爾輸入，通常用搜尋或連結



幾乎不輸入網址，直接用 App / 搜尋



幾乎不輸入網址，直接用書籤 / 收藏



是，習慣手動輸入網址



是，習慣手動輸入網址



B. 網域名稱基礎認知 & 比較認知

台灣民眾對網域名稱後綴多已建立基本概念，近半數表示「大致了解」不同後綴的代表意義，另有約四成僅聽過但不清楚細節，顯示仍有相當比例對後綴的功能與差異認知不足。就台灣網域名稱 (.tw / .台灣) 而言，多數民眾將其與台灣在地品牌形象連結，亦有逾三成認為具有官方正規性及資安保障；若與 .com 相較，近四成直覺感到 .tw 更具在地感，另有三成以上則表示「不在意後綴，主要看搜尋結果」，約兩成認為 .com 在國際化與常見度上仍具優勢。



C.網址後綴認知應用 & 台灣網域名稱的使用障礙與改善需求

台灣民眾在日常瀏覽網站時，多數是透過搜尋引擎關鍵字（約 72.4%），僅約兩成會主動輸入完整網址；而在政府機關、公部門網站或金融交易等對安全性與官方性要求較高的情境中，則有過半民眾會特別留意網址後綴與 HTTPS 憑證等安全標識，以確保可信度。

調查結果顯示，官方標章（如 .gov.tw、.edu.tw）與第三方安全認證，是影響網站信任度的主要因素，其次為 HTTPS 憑證與網址後綴。近半數民眾認為在多平台情境下統一網址後綴，能有效強化品牌形象，尤其在政府服務、金融交易與在地企業官方網站上，網址後綴更常被視為品牌與安全的背書。若網站用途較貼近日常生活與娛樂，民眾對網址後綴的依賴度相對下降，更多人會根據內容品質、平台評價與使用者經驗進行判斷。值得注意的是，部分民眾已對新型頂級網域（nTLD，如 .shop、.tech）有所認知，認為若與特定產業結合推廣，能凸顯品牌特色並提升信任度。

整體來看，多數民眾仍認為台灣網域名稱在市場推廣與普及方面存在不足，除了對中文網域的認識與接受度有限的因素，認為實際使用意願也常受到國際網域（.com / .net）長期建立的通用性、行銷曝光有限、價格與續約成本偏高、技術支援流程複雜等因素的影響。對於改善需求，不少人期待能加強行銷與提升認知度，並簡化申請流程與強化技術支援，以降低註冊與管理門檻；同時，也有人提到若能透過官方認證與資安背書，或是提供價格優惠與連結國際市場等方案，將更能提高台灣網域名稱的使用誘因與信任度。

D. 對中文網域名稱 (IDN) 看法

台灣民眾對中文網域名稱（如「中文.tw / 中文.台灣」）的辨識度與應用意願仍有限，多數人對其接觸經驗與實際使用持觀望態度，僅約三成明確表示看過此類網址，另有近四成不確定是否看過，顯示中文網域在市場上的曝光度尚不足。雖然不少民眾肯定其強化在地文化與行銷價值的潛力（約五成認為可凸顯台灣特色、42%便利記憶、降低英文門檻）；然而，在實際應用面上，對外國使用者輸入、系統支援度與編碼轉址等技術面疑慮依舊存在，因此只有約四成表達「可能會使用」，其餘仍在觀望階段。

就性別面向來看，女性民眾對中文網域名稱的「在地行銷意義」與「降低英文門檻」等優勢認同度較高，未來使用意願也略高於男性；男性則較注重技術層面的操作便利與系統相容性，對轉址編碼、email 支援不足等問題的關切度較高。年齡方面，55 歲以上族群對中文網域的價值最為肯定，尤其重視在地文化行銷意涵，同時對價格與促銷優惠的敏感度也顯著較高，其中 65 歲以上對未來使用的意願更高達近六成。

此外，是否在意網址後綴對民眾的中文網域接受度也有顯著影響：非常在意後綴的族群，更常認同中文網域能強化在地文化行銷並吸引台灣客群，約有一半以上表示「可能會使用」或「絕對會使用」，並強調技術支援與安全保障的重要性；反之，對網址後綴關注度低的民眾，相對傾向使用搜尋引擎或其他平台進入網站，對中文網域的興趣與需求也較為有限。

整體而言，民眾對中文網域的取捨，多半在「凸顯在地價值」與「技術相容性」之間權衡，顯示若能進一步加強宣傳與改善使用門檻，中文網域仍有發展潛力。

V. 一般民眾訪談



在地特色與安全性的雙重需求



「.台灣」推廣瓶頸與潛力



網路使用行為與資安意識



族群差异与推广契机

VI. 重點發現

✓ 早期註冊者與新註冊者的世代落差

1984–2001 年的早期註冊者最在意資安與認證服務，傾向透過官方或第三方加強防護，以維持穩定度。相比之下，2012 年後的新進註冊者更重視行銷、價格與申請流程，包括優惠方案、客服及操作介面友善度，希望能輕鬆整合電商與行銷推廣，並在遇到問題時即時獲得協助。

✓ 兼顧企業穩定與個人創新：多元化策略與長遠發展

企業端將網域視為品牌資產，更重視郵件服務、品牌防護與穩定度，建議提供企業VIP客服與彈性續約方案，強化安全與營運保障；個人用戶主要關注價格優惠與操作便利，偏好跳轉社群或部落格用途，可推出一站式管理工具與教學資源，協助快速打造個人品牌。

✓ 行業應用光譜：從金融電商到政府與文化教育的分歧

金融 / 電商特別注重本土信用與交易安全，期待透過 .tw 強化在地形象；媒體 / 政府 / 文化教育則看重文創與教育推廣，認為針對文化、教育領域的行銷可提升公眾認知與社會價值；科技 / 資訊產業需求則聚焦在價格與優惠，資安多由自建或外包解決。

✓ 綠色域名認證與域名安全鎖：提升防詐保障的利器

綜合本次量化調查與訪談可看出，台灣民眾在網域名稱使用上最在意的依然是防詐騙與安全保障，並期待透過可信後綴與官方或第三方認證機制來降低風險。逾半數民眾在政府機關與金融交易等高風險情境時，會特別留意網址後綴與 HTTPS 憑證；近半數則強調官方標章（如 .gov.tw）及第三方認證是關鍵，顯示「是否具官方或可信賣家背書」左右了多數人的信任判斷。整體而言，多數人對「.tw」抱持正面態度，認為其在地感與品牌形象具優勢，但也強調單憑後綴並不足以確保安全，仍須配合政府或專業單位落實身分審核與違規處置，才能實質提升防詐層級。

最近TWNIC推出的「綠色域名認證」服務，即是以強化註冊資料真實性與完整性為基礎，讓通過驗證的「.tw」域名能在WHOIS顯示認證資訊，期望協助民眾快速辨識可信網站。

在未來建議上，由政府機構與大型企業率先示範並加強宣傳與教育推廣，讓更多人瞭解並採用綠色域名與安全鎖等機制。同時應持續強化身分審核與違規處置，並與金融機構、電信白名單等跨單位合作，形成更完善的防詐騙與資安保護網。唯有落實「網域認證 + 資安機制」的雙重保障，才能真正回應台灣民眾對安全防詐的高度期望，並為台灣數位發展奠定更穩固、可信的環境。

✓ 推升中文網域潛力：鎖定高接受度客群（女性與銀髮族）

本次調查結果顯示，中文網域名稱在強調地方文化與在地品牌形象方面具有相當潛力，特別適用於餐飲、文創等產業；這些領域的業者若能妥善運用中文網域，更能凸顯本土特色並吸引目標消費者。為推廣中文網域名稱，建議政府與大型企業率先示範採用，透過公開案例與政策宣導加強大眾對中文網域的認識，並結合官方或第三方認證機制，強化使用者對安全與正規性的信任。

此外，針對一般民眾的調查數據顯示女性與 55 歲以上族群對中文網域名稱的接受度較高，未來行銷專案可聚焦於這些客群特性，凸顯中文網域名稱的便利與在地價值，擴大應用範疇。

整體而言，只要持續優化技術相容與申請流程，並適度結合價格優惠與行銷宣傳，中文網域名稱仍有廣大潛力成為台灣數位生態中突顯本土形象與文化價值的重要選擇。

報告結束